BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Objek Penelitian

Pijakbumi adalah salah satu brand sepatu lokal Indonesia yang berasal dari Bandung dan berdiri pada tahun 2016. Perusahaan ini menjual produk sepatuya dengan menggunakan material serta bahan-bahan yang ramah lingkungan, melalui misinya yaitu untuk menciptakan sustainable fashion atau fesyen yang ramah lingkungan (Susanti, 2020).

Gambar 3.1 Logo Pijakbumi

Sumber: Pijakbumi

Pijakbumi menggunakan bahan baku dari tumbuh-tumbuhan dan serat-serat natural seperti *vegetable-tanned leather*, tanaman kenaf, dan juga eceng gondok, lalu pada bagian dasar sepatunya terbuat dari bahan karet alami (Pijakbumi, 2021). Bahan dasar yang digunakanya ini tidaklah sembarang karena memiliki tiga kriteria dasar yang diantaranya konsumsi air yang rendah, tidak berbahaya terhadap lingkungan serta pengolahan sampah yang ramah lingkungan (Pijakbumi, 2021). Hal ini membuat produk sepatunya tetap aman dan tidak memiliki efek yang buruk pada lingkungan. Selain ramah lingkungan, *vegetable-*

tanned leather juga menciptakan berbagai macam warna yang unik dengan pemakaian yang berada pada jangka waktu tertentu, dan tentunya berbeda dengan bahan kulit yang melakukan proses tanning secara kimiawi (Pijakbumi, 2021). Pijakbumi juga memiliki desain yang menarik dan fashionable sebagai keunggulannya dibandingkan dengan kompetitor lain (Pijakbumi, 2021).

Tak hanya dalam kelebihan dari sisi material, dari sisi desainnya pun Pijakbumi terbilang memiliki desain yang unik dan menarik. Hal ini sudah terbukti pada pameran alas kaki di Italia, MICAN Milano 2020. Dalam pameran tersebut terdapat lebih dari 1700 koleksi yang dipajang pada setiap edisinya. Pijabumi menjadi satu-satunya perwakilan brand asal Indonesia bahkan Asia Tenggara yang berpartisipasi dalam pameran bisnis mode ini (Yoga, 2020)

Berikut merupakan beberapa variasi dari kategori produk pada Pijakbumi:

1. Sakka Series

Gambar 3.2 Sakka Series

Sumber: Pijakbumi, 2021

Sepatu Pijak Bumi seri Sakka ini merupakan salah satu sepatu vegan atau ramah lingkungan, yang diciptakan khusus bagi orang yang memiliki mobilitas yang tinggi dalam setiap aktivitas. Selain itu, seri Sakka sangat nyaman untuk digunakan dan juga memiliki durabilitas yang tinggi. Seri Sakka ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu seri Sakka *Hi (high)* dan seri Sakka *Lo (low)*, yang menjadi perbedaan dalam keduanya adalah ketinggian dari sepatu tersebut, Sakka *Hi* menutupi hingga diatas mata kaki, sedangkan Sakka *Lo* hanya menutupi hingga mata kaki saja (Pijakbumi, 2021).

2. Kora Series

Gambar 3.3 Kora Series

Sumber: Pijakbumi, 2021

Seri Kora merupakan seri sepatu turunan dari seri Sakka yang masih menggunakan material dari baku katun dengan standar *Global Organic Textile Standard Certified Organic Cotton* dan dari hasil daur ulang ban bekas dengan desain *easy-to-wear*. Berikut merupakan penjelasan langsung dari website Pijakbumi, "*KORA—mule,* コアラ '*Koara*' yang artinya " Koala ini, menjadi bentuk kesadaran bersama bahwa terdapat kondisi populasi Koala

tengah terancam punah karena krisis Karhutla yang terjadi di Australia pada bulan Januari silam" (Pijakbumi, 2021).

3. Wabi-sabi Sakura

Gambar 3.4 Wabi-sabi Series

Sumber: Pijakbumi, 2021

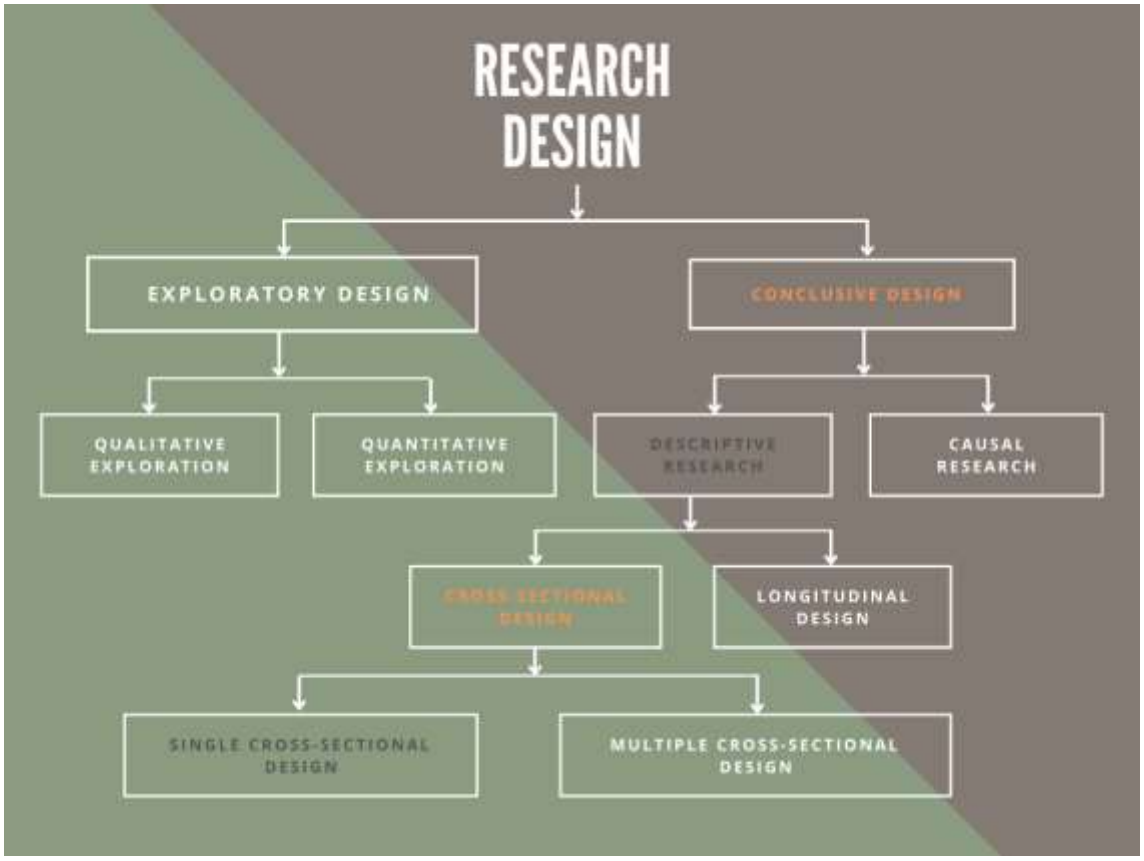
Wabi-sabi, terinspirasi dari konsep estetika Jepang yang fokus pada elemen kesederhanaan, ketidakabadian, dan keindahan dari objek alam yang dipandang tak memiliki nilai seni. Terdapat 3 bahan natural utama yang digunakan pada Wabi-sabi yaitu kulit kayu pohon lantung yang tumbuh di hutan kawasan Sumatera, Modal, dan cotton. Untuk memudahkan proses **3R** (*reduce*, *recycle*, dan *reuse*), Wabi-sabi menggunakan *cupsole* sebagai *outsole* karena bahannya yang lebih mudah untuk didaur ulang dibandingkan dengan outsole hasil vulkanisir pada umumnya (Pijakbumi, 2021).

Co-founder Pijak Bumi yaitu Vania Audrey kepada DailySocial menceritakan bahwa mereka memanfaatkan Instagram untuk bisa membagikan produk dan cerita kepada audience. Kemudian dari sana para pengunjung akan diarahkan menuju situs web untuk

melakukan transaksi. Pada awal kehadirannya, Pijakbumi justru menarik pelanggan internasional. Tepatnya warga Indonesia yang tinggal di negara seperti Jerman dan Spanyol. Konsumen tertarik karena Pijakbumi menawarkan sesuatu yang berbeda dibanding merek sepatu lain dari Indonesia, yakni berbahan natural, tepatnya menggunakan bahan kulit sapi samak nabati, serat kenaf, katun organik, kulit kelapa, dan recycle ban bekas. Dari sana kemudian Pijak Bumi terus berkembang, hingga pada akhirnya sekarang mereka melayani pelanggan bisnis (B2B) yang ada di Jepang dan Eropa. Sejauh ini Pijak Bumi mengaku memiliki kapasitas produksi 1000 pasang sepatu per bulan. (Ryza, 2020)

3.2 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2010) desain penelitian adalah suatu kerangka yang digunakan untuk melakukan suatu riset pemasaran yang menjadi bagian dari setiap tahapannya dan kemudian hasilnya dapat diimplementasikan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan untuk mengambil keputusan dalam manajemen. Desain penelitian membantu peneliti dalam melakukan suatu penelitian, dengan desain penelitian ini penulis dapat mendapatkan garis besar dan rincian untuk memulai suatu penelitian dimulai dari pertanyaan untuk masalah penelitian hingga melakukan analisis data. Selain itu (Malhotra, 2010) menyatakan bahwa ada dua jenis desain penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design.*



Gambar 3.5 Klasifikasi *Marketing Research Design*

Sumber: Malhotra, Nunan, & Birks (2017)

3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017), dalam desain penelitian terdapat dua jenis desain penelitian yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

1. *Exploratory Research Design*

Exploratory research merupakan jenis desain penelitian yang digunakan untuk memberikan suatu wawasan dan pemahaman mengenai dari situasi fenomena pemasaran (Malhotra, 2017). *Exploratory research design* pada umumnya dapat menggunakan teknik kualitatif atau kuantitaif dalam menganalisis data. Informasi yang dibutuhkan dapat didefinisikan secara bebas (Malhotra, 2017). Metode pengambilan datanya dapat dilakukan melalui survei, wawancara, observasi, dan lainnya. Proses

penelitian ini bersifat lebih fleksibel, tidak terstruktur, dan dapat berkembang lalu sampel yang digunakan juga memiliki ukuran yang kecil.

2. *Conclusive Research Design*

Conclusive research merupakan jenis desain penelitian yang digunakan dalam menguji fenomena melalui hipotesis yang spesifik dan nantinya dapat menguji apakah terdapat hubungan antar variabel dalam hipotesis tersebut (Malhotra, 2017). *Conclusive research* pada umumnya menggunakan teknik kuantitatif dalam menganalisis data. Informasi yang dibutuhkan telah terdefinisikan dengan jelas (Malhotra, 2017). Proses dari jenis penelitian ini lebih formal dibandingkan dengan *exploratory research design*. Sampel yang digunakan juga relatif besar dan bersifat representatif atau dapat mewakili suatu populasi. Menurut Malhotra (2017), *conclusive research* dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

a. *Descriptive Research*

Descriptive research merupakan jenis penelitian *conclusive* yang digunakan untuk menjelaskan suatu karakteristik dari adanya masalah yang sedang dipelajari (Malhotra, 2017). *Descriptive research* terbagi menjadi dua yaitu *cross-sectional design* dan *longitudinal design*. *Cross-sectional design* adalah jenis desain penelitian yang menggunakan pengumpulan informasi dari setiap sampel dalam populasi, dimana data yang diambil hanya sekali dalam satu waktu tertentu (Malhotra, 2017). Data yang diambil bisa dari satu kelompok responden (*single cross-sectional design*) atau dari beberapa kelompok responden yang berbeda (*multiple cross-sectional design*). Sedangkan *longitudinal design* merupakan suatu jenis desain penelitian yang datanya diambil secara interval dari waktu tertentu dalam suatu kelompok responden yang sama. Jenis penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada perubahan perilaku responden selama jangka waktu tertentu (Malhotra, 2017).

b. Causal Research

Causal research merupakan jenis penelitian conclusive yang digunakan untuk mempelajari hubungan sebab-akibat dari antar suatu variabel. Jenis penelitian ini berguna untuk menentukan variabel independen dan dependen pada sebuah penelitian, dengan menentukan sifat hubungan antar variabelnya dan menguji hipotesis tersebut (Malhotra, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian data *quantitative* dengan jenis penelitian *conclusive research design* karena penulis ingin menguji suatu fenomena pemasaran melalui suatu hipotesis, dengan menganalisa faktor apa saja yang memengaruhi niat beli pada produk *sustainable footware* telaah pada sepatu Pijakbumi. Jenis *conclusive research design* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *descriptive research* karena peneliti hanya mendeskripsikan suatu fenomena yang mencakup karakteristik pasar, dengan pengumpulan data melalui survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang sesuai dengan target penelitian. Responden akan memberikan penilaian dari 1 sampai 5 dengan skala *likert* terhadap pernyataan-pernyataan yang dijabarkan. Setiap sampel dalam penelitian ini juga dilakukan dengan hanya mengambil data satu kali sehingga desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *single cross-sectional design*.

3.2.2 Research Data

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017), terdapat dua jenis *research data* diantaranya yaitu:

1. Primary Data

Primary data (data primer) adalah data yang dihasilkan langsung oleh peneliti yang bertujuan untuk mengatasi masalah penelitian. *Primary data* dapat diperoleh dengan

menggunakan metode survei, *in-depth interview*, dan *focus groups* atau *focus group discussion*.

2. Secondary Data

Secondary data (data sekunder) adalah data yang sudah ada dan sebelumnya telah didapatkan oleh peneliti lain dalam memecahkan permasalahan pada penelitian sebelumnya. Peneliti dapat mengumpulkan data sekunder dari berbagai *sources* seperti jurnal, buku, dan informasi lainnya dari website yang memiliki kredibilitas.

Penelitian ini menggunakan data primer (*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*) sebagai sumber data acuan. Peneliti menggunakan data primer (*primary data*) yang dilakukan melalui survei dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan kepada responden yang sesuai dengan target penelitian. Peneliti juga memanfaatkan data sekunder (*secondary data*) yang didapatkan penulis yang berasal dari artikel, buku, maupun jurnal yang terkait sebagai data pendukung dan juga untuk memperkuat penelitian ini.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017), ada beberapa tahapan dalam proses *sampling* yang dapat digunakan pada suatu penelitian. Tahapan ini disebut juga sebagai *sampling design process*, yang dimana memiliki enam tahapan (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

Gambar 3.6 *Sampling Design Process*

Sumber: Malhotra, Nunan, & Birks (2017)

Gambar 3.6 menunjukkan *sampling design process*, dimulai pada tahap yang pertama yaitu menetapkan target populasinya dengan informasi yang akan dicari oleh peneliti. Selanjutnya, peneliti dapat menentukan *sampling frame* pada penelitian. Lalu pada tahap berikutnya yaitu dengan menentukan *sampling techniques* apa yang akan digunakan. Setelah itu menentukan *sample size* yang akan dimasukkan dalam penelitian dan dilanjutkan melewati tahap eksekusi. Lalu, setelah dilakukan eksekusi pada *sampling process* tersebut, perlu dilakukan lagi tahap terakhir yaitu validasi pada *sample* yang dilakukan dengan cara *screening* dengan beberapa karakteristik tertentu (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017).

3.3.1 Mendefinisikan Target Populasi

Target populasi merupakan kumpulan dari berbagai elemen ataupun objek yang memiliki informasi dan dibutuhkan oleh peneliti (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada penelitian, target populasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian yaitu mulai dari gender wanita dan juga pria yang mengetahui *brand* sepatu Pijakbumi. Target populasi terdiri ini dari empat aspek diantaranya yaitu *element, sampling unit, extent,* dan *time* (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Berikut ini merupakan bentuk uraian dari keempat aspek tersebut:

1. *Element*

Element merupakan sebuah objek atau seseorang yang memiliki sumber informasi yang nantinya akan diperlukan oleh peneliti (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). *Element* pada penelitian ini merupakan para responden yang akan menjawab pernyataan yang diberikan oleh peneliti melalui survei pada *google form.*

2. *Sampling Unit*

Sampling unit merupakan elemen yang mempunyai karakteristik yang sesuai dan dapat dipilih lalu nantinya akan dijadikan sebagai sampel pada penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). *Sampling unit* yang digunakan pada penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Mengetahui produk sepatu Pijakbumi
2. Mengetahui bahwa produk sepatu Pijakbumi merupakan produk yang ramah lingkungan
3. Belum pernah membeli produk sepatu Pijakbumi
4. Memiliki rekan yang pernah menggunakan atau membeli produk sepatu Pijakbumi
5. Pernah membeli produk fashion yang ramah lingkungan

3. *Extent*

Extent merupakan bentuk batas geografis contohnya seperti tempat ataupun wilayah dimana peneliti dapat mengumpulkan data responden pada survei yang akan digunakan untuk penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Batas geografis pada penelitian ini yaitu negara Indonesia. Batas penelitian ini dipilih karena melihat bahwa objek dari penelitian adalah produk sepatu Pijakbumi yang mempunyai lokasi toko yang letaknya di Indonesia, selain itu *www.pijakbumi.com* dapat diakses oleh para peduduk di Indonesia.

4. *Time*

Time merupakan jangka waktu saat pelaksanaan dan juga pengambilan data yang dilakukan selama penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan dari bulan Maret 2021 hingga Mei 2021. Penyebaran kuesioner dilakukan pada April 2020.

3.3.2 Menentukan *Sampling Frame*

Sampling frame merupakan representasi dari elemen pada populasi yang terdiri dari berbagai daftar ataupun serangkaian arahan dalam mengidentifikasi target pada populasi (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Penelitian ini tidak melalui *sampling frame*. Hal ini terjadi karena peneliti yang tidak memiliki data jumlah populasi yang digunakan untuk menjadikan responden dalam penelitian ini.

3.3.3 Memilih *Sampling Techniques*

Teknik *sampling* dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu *probability sampling* dan *non- probability sampling* (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). *Probability sampling* yaitu, proses pengambilan sampel dimana setiap

elemen memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *non-probability sampling* yaitu, proses pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi memiliki kemungkinan yang telah ditentukan. (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Pada penelitian ini memiliki kriteria *screening* responden yaitu orang yang belum pernah membeli sepatu PijakBumi, lalu orang yang mengetahui produk sepatu PijakBumi, dan orang yang mengetahui produk sepatu PijakBumi merupakan produk yang ramah lingkungan, total responden yang diperoleh selama menyebarkan kuisioner adalah sebanyak 171 responden dan yang lolos *screening* terdapat 109 responden.

Menurut Malhotra, Nunan, & Birks (2017), pada *non-probability sampling* terdapat 4 jenis sampling, diantaranya yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh unit sampel yang dirasa terlihat paling mudah untuk dilakukan. Pada umumnya, sampel dipilih oleh peneliti karena secara kebetulan berada di tempat dan waktu yang tepat.

2. *Judgemental Sampling*

Judgemental sampling merupakan sebuah teknik dimana sampel dapat dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti. Peneliti dapat memilih sampel karena dipercayakan bahwa sampel akan mampu merepresentasikan atau mewakili populasi tertentu.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan teknik yang terdiri dari dua tahap utama. Di tahap pertama, peneliti memilih beberapa jenis karakteristik serta menentukan kuota dari masing-masing karakteristik tersebut. Lalu pada tahap kedua, sampel

akan dipilih berdasarkan teknik *convenience sampling* atau *judgemental sampling.*

4. Snowball Sampling

Snowbal sampling merupakan teknik yang dilakukan berdasarkan referensi dari para responden. Pertama, peneliti akan memilih sampel secara *random* atau acak dan menyesuaikan karakteristik yang telah ditentukan untuk menjadi responden, kemudian mereka akan diminta untuk mengidentifikasi orang-orang yang sesuai dengan target populasi yang dimiliki peneliti.

Pada peneltian ini, teknik *sampling* yang digunakan yaitu teknik *non-probability sampling*. Hal ini terjadi karena pemilihan responden dalam penelitian ini didasarkan pada suatu kriteria tertentu yang disesuai dengan kebutuhan pada penelitian, dan peneliti juga tidak memiliki daftar data responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan yaitu *judgemental sampling*, karena penelitian ini didasarkan pada *screening* yang ada pada kuesioner untuk dapat mewakili populasi.

3.3.4 Menentukan *Sample Size*

Sample size merupakan jumlah *elements* yang akan dimasukkan di dalam penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Berdasarkan Hair *et al.*, (2014), banyaknya jumlah sampel dapat ditentukan dengan menyesuaikan dari banyaknya indikator pertanyaan yang berada pada kuesioner kuesioner, yaitu dengan mengasumsikan (n x 5). Pada penelitian ini, penulis memberikan 21 indikator pertanyaan yang digunakan dalam mengukur 6 variabel yang ada. Oleh karena itu, dengan jumlah indikator sebanyak 21, maka dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah sebanyak 21 x 5,

yaitu 105 responden (lolos screening).

3.4 Prosedur Penelitian

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, dimulai dari bulan Maret 2021 hingga May 2021. Penelitian ini dimulai dengan menentukan objek penelitian melalui tahap presentasi mengenai objek pada penelitian, lalu dilanjutkan dengan membangun latar belakang dan juga perumusan masalah, penjabaran dari penelitian terdahulu, pengumpulan dan pengolahan data, serta memberikan kesimpulan dan saran.

3.4.2 Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan prosedur yang dilakukan pada penelitian ini dengan mengumpulan data primer maupun data sekunder.

1. Mengumpulkan dan menganalisa berbagai sumber data sekunder, dimulai dari artikel, jurnal, buku ilmiah, dan sumber informasi *website* yang dapat digunakan sebagai pendukung penelitian. Berdasarkan literatur yang digunakan, peneliti dapat membuat model penelitian serta membangun hipotesis pada penelitian.
2. Memilih jurnal untuk dijadikan sebagai dasar penyusunan pada indikator pertanyaan di kuesioner penelitian. Pada proses ini juga dilakukan berbagai penyusunan kata, agar pertanyaan pada kuesioner survei dapat bisa dipahami dengan mudah oleh responden. Kuesioner juga memiliki pertanyaan yang akan ditujukan untuk menyeleksi responden (*screening*) karena target reponden harus sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan pada penelitian.
3. Melakukan penyebaran kuesioner dan setelah itu dilakukan pre-test dengan minimal responden sebanyak 40 orang yang telah lulus *screening*, hal tersebut dilakukan terlebih dahulu sebelum menyebarkan kuesioner ke dalam skala yang

lebih besar lagi.

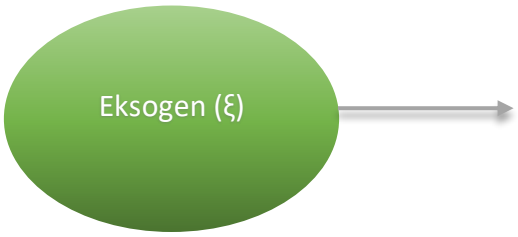
4. Hasil *pre-test* dari 40 responden kemudian dianalisis dan diuji dengan menggunakan *software* SPSS versi 23 untuk menguji validitas serta reliabilitas. Jika hasil olah data tersebut menunjukkan hasil yang valid serta reliabel, maka penelitian dapat diteruskan ke *main test*.
5. Melakukan penyebaran kuesioner *main test* yang dilakukan secara online dengan menggunakan google form bit.ly/nadsneedhelp.
6. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan software *Smart PLS* versi 3.3.3 untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji model, dan menguji hubungan hipotesis antar variabel.

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Malhotra et al. (2017), terdapat dua jenis variabel diantaranya yaitu *latent variable* dan *observed variable*. *Latent variable* adalah variabel yang bisa didefinisikan dengan konsep tetapi tidak dapat diukur langsung, melainkan direpresentasikan oleh beberapa indikator contohnya seperti kuisioner. *Latent variable* terbagi menjadi variabel eksogen dan variable endogen. Sedangkan *observed variable* adalah variabel yang digunakan dalam merepresentasikan *latent variables*. (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)

3.5.1 Variabel Eksogen

Huruf Yunani sebagai notasi variabel eksogen adalah ξ (“ksi”). Variabel eksogen memiliki sifat yang laten dan tampak sebagai variabel independen pada sebuah model penelitian. Dalam model penelitian, variabel eksogen dapat diukur dengan menggunakan beberapa item yang tidak akan dipengaruhi oleh variabel lainnya, melainkan sebagai variabel yang digunakan dalam memprediksi variabel endogen.



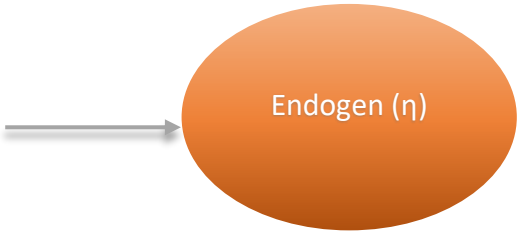
Gambar 3.7 Variabel Eksogen

Sumber: Malhotra, Nunan, & Birks (2017)

Secara grafis, variabel eksogen dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.7. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *past purchase behavior*, *consumer lifestyle orientation*, *attitude*, *subjective norms* dan *consumer perceived behavioral control.*

3.5.2 Variabel Endogen

Huruf Yunani sebagai notasi variabel endogen adalah η ("*eta*"). Variabel endogen juga memiliki sifat yang laten dan tampak sebagai variabel dependen pada sebuah model penelitian, Variabel eksogen merupakan variable yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017)



Gambar 3.8 Variabel Endogen

Sumber: Malhotra, Nunan, & Birks (2017)

Secara grafis, variabel endogen dapat digambarkan seperti pada Gambar 3.8. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah *purchase intention.*

3.5.3 Variabel Moderator

Variabel moderasi adalah variable yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variablel dengan variabel lain (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel moderasi adalah variabel *attitude.*

3.5.4 Variabel Teramati

Variabel teramati (*observed variables*) adalah variabel yang dapat diukur langsung oleh peneliti dan mampu merepresentasikan setiap variabel dalam model penelitian (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017). Variabel teramati biasanya disebut sebagai indikator dan biasanya diasumsikan sebagai variabel dependen dan biasanya disebut juga sebagai *measured variables, manifest variables, indicators,* atau *items* dari sebuah variabel (Malhotra et al., 2017). Pada penelitian ini terdapat 21 pertanyaan kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini yaitu sebanyak 21 indikator, yang mewakili variabel *subjective norms, perceived behavioral control, consumer lifestyle orientation, past purchase behavior*, dan *purchase intention*.

3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini penulis memiliki 6 variabel yaitu *attitude, subjective norms, perceived behavioral control, consumer lifestyle orientation, past purchase behavior,* dan *purchase intention.* Definisi variabel merupakan sebuah teori yang berasal dari berbagai literatur maupun jurnal. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah *likert scale 5 point*. Seluruh variabel diukur dengan skala *likert* 1 sampai dengan 5, dimana angka 1 yang menyatakan bahwa responden sangat tidak setuju dan angka 5 yang menyatakan bahwa responden sangatlah setuju dengan pernyataan yang diberikan. Definisi mengenai variabel beserta indikatornya disajikan dalam tabel

definisi operasional berikut:

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasionalisasi Penelitian

No	Variabel	Definisi	Kode	*Measurement*	Referensi	Skala
1	*Attitude*	Sikap yang menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan, yang relatif konsisten dari seseorang, dalam menyukai atau tidak menyukai suatu objek (Kotler & Armstrong, 2016).	AT1	Menurut saya, pembelian produk sepatu yang ramah Lingkungan seperti Pijakbumi adalah ide yang bagus	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
			AT2	Saya menyukai ide untuk membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi		*Likert 1-5*
			AT3	Saya memiliki pandangan yang baik terhadap perilaku pembelian produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi		*Likert 1-5*
2	*Subjective Norms*	Tekanan sosial yang dirasakan oleh seorang individu untuk melakukan perilaku tertentu (Kim & Chung, 2011).	SN1	Orang yang penting bagi saya akan mendukung jika saya membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
			SN2	Teman dekat saya akan berpikir bahwa membeli		*Likert 1-5*

				produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi adalah hal yang baik untuk dilakukan oleh saya.		
			SN3	Orang yang saya dengarkan dapat memengaruhi saya untuk membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi		*Likert 1-5*
3.	*Perceived Behavioral Control*	Situasi Ketika konsumen percaya bahwa mereka memiliki lebih banyak sumber daya waktu, uang, dan kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu (Kim & Chung, 2011).	PBC1	Secara umum, membeli produk sepatu ramah lingkungan seperti Pijakbumi itu mudah.	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
			PBC2	Jika saya menginginkan nya, Saya yakin bahwa saya dapat membeli produk sepatu ramah lingkungan seperti Pijakbumi daripada produk sepatu biasa.	(Maichum, Parichatnon, & Peng, 2016)	*Likert 1-5*
			PBC3	Saya melihat bahwa diri saya mampu untuk membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi di masa yang akan datang.		*Likert 1-5*

			PBC4	Ada banyak peluang bagi saya untuk membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi		*Likert 1-5*
4	*Consumer lifestyle orientation*	Model perilaku dapat ditingkatkan dengan masuknya konsep gaya hidup dengan mempertimbangkan karakteristik pribadi, masyarakat, kebiasaan, dan nilai (Watts & Chi, 2018).	L1	Saya khawatir dengan keadaan lingkungan disekitar saya pada setiap waktunya.	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
			L2	Saya merasa bahwa membeli produk yang tidak tahan lama itu tidak diperlukan	(D' Agostin et al., 2019).	*Likert 1-5*
			L3	Saya merasa bebas untuk membeli sebuah produk, jika saya membutuhkannya	(D' Agostin et al., 2019).	*Likert 1-5*
			L4	Saya menganggap diri saya sebagai konsumen yang sadar akan efek yang terjadi pada lingkungan	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
			L5	Saya percaya bahwa ide 'ramah lingkungan' merupakan sebuah tren	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*
5	*Purchase intention*	Keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau merek tertentu, yang sudah mereka pilih sendiri setelah melalui beberapa evaluasi tertentu (Khan, Ghauri, & Majeed, 2012).	PI1	Saya akan membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi	(Watts & Chi, 2018).	*Likert 1-5*

			PI2	Probabilitas saya untuk mempertimbangkan membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi itu rendah		*Likert 1-5*
			PI3	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk sepatu yang ramah lingkungan seperti Pijakbumi		*Likert 1-5*
6	*Past Purchase Behaviour*	Perilaku masa lalu seringkali memegang peranan penting dalam membentuk perilaku konsumen, baik dari segi pembentukan perilaku niat, serta perilaku masa depan (Nguyen, Lobo, & Greenland, 2016)	PB1	Saya sudah biasa membeli produk fashion yang ramah lingkungan secara teratur	(Chaudhary & Bisai, 2018).	*Likert 1-5*
			PB2	Saya terbiasa membeli produk fashion yang ramah lingkungan untuk kebutuhan sehari-hari	(Chaudhary & Bisai, 2018).	
			PB3	Saya terbiasa membeli produk fashion yang ramah lingkungan dalam jangka waktu 6 bulan terakhir	(Chaudhary & Bisai, 2018).	

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Data *Pre-Test*

Menurut *Hair et al*. (2014), faktor analisis merupakan teknik interdependen yang memiliki tujuan untuk mendefinisikan struktur diantara variabel – variabel yang dianalisa. Menurut Malhotra et al. (2017), faktor analisis merupakan sebuah prosedur yang digunakan untuk reduksi dan ringkasan data. Dalam penelitian ini, peneliti

menggunakan faktor analisis untuk mengolah data pre-test menggunakan software SPSS versi 23. Analisis data *pre-test* dilakukan dengan mengukur tingkat *validity* dan *reliability*. Dengan dilakukannya *pretesting* peneliti bisa mengidentifikasi sebuah masalah yang berpotensial dan juga dapat meminimalisirnya. *Pre-testing* biasanya dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 15-30 responden (ukuran sampel kecil). *Pre-testing* dilakukan dengan melingkupi seluruh komponen dari kuisioner seperti daftar pertanyaan, susunan kata dan kalimat, urutan pertanyaan, dan bentuk kuisioner harus diuji. Tidak lupa responden dalam pretesting harus sesuai dengan target sampel yang ingin diteliti.

3.7.2 Metode Analisi Menggunakan Faktor Analisis

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra dan Birks (2007) validitas merupakan skala yang dapat menjelaskan sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati, berarti mencerminkan perbedaan nyata diantara objek pada karakteristik yang sedang diukur dan ketika suatu indikator mendekati valid yang sempurna, maka menandakan tidak terjadi kesalahan dalam pengukuran. Menurut Hair et al., (2010) terdapat 2 cara dalam mengukur valid tidaknya suatu indikator yaitu sebagai berikut:

1. *Convergent validity*

Convergent validity merupakan sejauh mana indikator-indikator dari sebuah variabel saling berbagi proporsi varians secara umum (Hair et al., 2010). *Convergent validity* diukur dengan *outer loadings* dan *average variance extracted* (AVE).

2. *Discriminant validity*

Discriminant validity merupakan sejauh mana sebuah variabel berbeda dari variabel lain dalam konteks seberapa banyak variabel tersebut berkorelasi dengan variabel lain dan bagaimana variabel tersebut dapat diukur dengan jelas dan hanya

mewakili variabel tunggal tersebut (Hair et al., 2010). *Discriminant validity* diukur dengan *cross loading factor* dan *fornell-lecker criterion*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan convergent validity dan discriminant validity untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah variabel dengan syarat faktor analisis sebagai berikut:

Tabel 3.2 Uji Validitas PLS SEM

No	*Kategori*	*Kriteria*	*Kriteria Diterima*
1.	*Convergent Validity*	*Outer Loadings*	*Outer Loadings* ≥ 0,7
		Average Variance Extracted (AVE)	AVE > 0,5
2.	*Discriminant Validity*	*Cross Loading Factor*	*Cross Loading* ≥ 0,7 terhadap variabelnya dan diharapkan lebih besar terhadap variabel lain
		Fornell-Lecker Criterion	√AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk laten

3.7.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas lebih mengarah kepada tingkat konsistensi pada skala ketika diukur secara berkali-kali (Malhotra, 2012). Sehingga dalam penelitian ini uji reliabilitas ingin

melihat seberapa konsisten jawaban dari para responden ketika menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Tingkat reliabel suatu variabel atau konstruk dapat diukur dengan *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan rho_A. Pada penelitian dengan PLS SEM nilai uji reliabilitas digambarkan dalam Tabel 3.3:

Tabel 3.3 Tabel Uji Reliabilitas PLS SEM

No	Kategori	Indeks	Kriteria Diterima
1	*Cronbach's Alpha*	*Cronbach's Alpha*	*Cronbach's Alpha* > 0,7
2	*Composite Reliability*	CR	CR > 0,7
3	rho_A	rho_A	rho_A > 0,7

3.7.3 Structural Equation Model (SEM)

Data pada penelitian ini akan diolah dan dianalisis melalui metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Hair et al. (2010) *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah bagian dari model statistik yang menjelaskan hubungan dari antara beberapa variabel yang meneliti sebuah struktur hubungan timbal balik yang dibentuk pada rangkaian persamaan dan mirip dengan persamaan regresi berganda. Persamaan tersebut dapat memperlihatkan hubungan-hubungan dari antar konstruk variabel dependen maupun independen yang kehadirannya terlibat pada suatu analisis.

Dalam menggunakan metode SEM, terdapat dua pendekatan yaitu dengan *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Variance Based* SEM atau biasa dikenal dengan teknik *Partial Least Square* (PLS). CB-SEM lebih mengacu kepada *building models*

yang bermaksud untuk menjelaskan *covariance* dari indikator konstruk. Kemudian untuk PLS lebih mengacu kepada menganalisa sebuah konstruk dengan tipe formatif dan reflektif. Selain itu PLS juga dapat digunakan untuk melihat terdapat atau tidaknya hubungan antara variabel mediator dan pengaruhnya dengan hubungan dari variabel lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan antara *Attitude, Subjective Norm, Percieved Behavioral Control, Past Purchase Intention, Consumer Lifestyle Orientation,* dan *Purchase Intention* dengan menggunakan metode partial least square (PLS) dan menggunakan software SmartPLS versi 3.3.3. Penelitian ini menggunakan metode SEM karena terdapat lebih dari satu variabel dependen dan pada penelitian ini terdapat variabel mediator yaitu Attitude.

3.7.3.1 Tahapan Prosedur PLS-SEM

Tahapan pengolahan PLS-SEM adalah sebagai berikut:

1. *Model Specification*

Tahapan pertama yaitu dengan menentukan tipe indikator dari sebuah variabel yang dimana terdapat dua tipe indikator yaitu reflektif dan formatif. Model indikator reflektif berdasarkan kepada asumsi bahwa variabel laten dibentuk dari *true score plus error* atau dalam kata lain konstruk yang mempengaruhi variasi pengukuran dari indikator. Hipotesis yang diajukan berupa perubahan pada variabel laten akan mempengaruhi perubahan pada indikator. Kemudian untuk model indikator formatif mengarah kepada perubahan pada indikator yang telah dihipotesiskan akan mempengaruhi perubahan dalam konstruk.

2. *Outer Model Evaluation*

Outer model yaitu mendefinisikan bagaimana sebuah indikator dapat berhubungan dengan variabel laten. *Outer model* yang dapat disebut juga sebagai *measurement model*. Untuk menginterpretasikan outer model yaitu dengan melihat convergent validity, discriminant validity, dan reliability. *Convergent validity* yaitu melihat sejauh mana indikator-indikator dari sebuah variabel dapat berbagi proporsi varians dengan secara umum (Hair et al., 2010). *Convergent validity* diukur dengan *outer loading* dan *average variance extracted (AVE*). *Discriminant validity* yaitu merupakan sejauh mana sebauh variabel itu berbeda dengan variabel lain dalam konteks seberapa banyak variabel tersebut dapat berkorelasi dengan variabel lain dan bagaimana variabel tersebut dapat diukur dengan jelas dengan hanya mewakili variabel tunggal tersebut (Hair et al., 2010). *Discriminant validity* diukur dengan *cross loading factor* dan *fornell-larcker criterion*. Reliabilitas mengarah kepada tingat konsistensi skala ketika diukur berkali-kali (Malhotra, 2012). Uji reliabilitas diukur dengan *cronbach's alpha, composite reliability*, dan rho_A.

4. Inner Model Evaluation

Inner model atau model struktural itu berfungsi untuk menguji hubungan antar variabel laten. *Inner model* dapat menunjukkan adanya *direct effect, indirect effect,* dan *moderating effect* dari variabel-variabel yang diteliti.

3.7.3.2 Kecocokan Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Convergent Validity

Convergent validity berfungsi dalam mengukur outer loading dan average variance extracted (AVE) untuk setiap variabel laten. Nilai outer loading yang direkomendasikan yaitu diatas 0,70, tetapi nilai 0,60 masih bisa dimaklumi jika model berada pada tahap

pengembangan (Ghozali dan Latan, 2015). Kemudian nilai average variance extracted (AVE) yang dikeromendasikan yaitu AVE > 0,5 (Ghozali dan Latan, 2015).

2. Discriminat Validity

Discriminant validity berguna untuk menilai apakah sebuah variabel memiliki nilai *discriminant validity* yang memadai. Caranya dengan membandingkan korelasi indikator dengan konstruk yang dituju harus lebih besar jika dibandingkan dengan korelasi dengan konstruk lain. Untuk mengetahui nilai korelasi antar indikator dapat dilihat dengan nilai *cross loading factor* dan *fornell-lacker criterion*. Nilai *cross loading factor* yang dapat diterima yaitu ≥ 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015). Kemudian *fornell-larcker criterion* atau √AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar setiap konstruk laten (Ghozali dan Latan, 2015).

3. Reliability

Reliability menentukan adanya konsistensi dari setiap indikator dalam variabel laten yang dapat mengukur variabel tersebut. Variabel yang memiliki tingkat konsistensi yang baik dapat diukur berdasarkan *cronbach's alhpha*, *composite reliability*, dan rho_A. Nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan rho_A yang diterima yaitu > 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015).

3.7.3. 3 Kecocokan Model Struktural *(Inner Model)*

1. *T-Statistics*

T-Statistics digunakan untuk menguji seberapa signifikan hipotesis pada suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan taraf *alpha* yaitu sebesar 5% yang menjadikan nilai kritis untuk dalam penelitian ini adalah 1,65 (Lind et al., 2012). Uji dapat

dinyatakan tidak signifikan jika nilai yang diperoleh ada pada rentan -1,65 < *t-stat* < 1,65. Uji dapat dinyatakan signifikan jika nilai p-value adalah < 0,05 (Hair et al, 2010).

2. R ² *(coefficient of determination)*

R² digunakan untuk mengukur hasil modifikasi dari koefisien determinasi yang mengkalkulasikan jumlah variabel independen yang masuk kedalam persamaan dan ukuran sampel (Hait et al., 2010). Artinya R² dapat melihat seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali dan Latan, 2015).

3. *Q*² (*cross validated redundancy*)

Q² digunakan sebagai sarana untuk menilai relevansi prediktif dari inner model (Ghozali dan Latan, 2015).

4. *f² (effect size*)

Effect size (*F*²) digunakan unutuk mengukur efek untuk setiap jalur yang ditentukan dengan menghitung *Cohen's f* ² . Nilai *f* ² dibagi menjadi tiga yaitu dengan *small effect* = 0,02, *medium effect* = 0,15, dan juga *large effect* = 0,35 (Ghozali dan Latan, 2015). Cara menghitung f ² yaitu dengan melihat perubahan para R² ketika konstruk dihilangkan dari dalam model (Ghozali dan Latan, 2015). Tingkat effect akan menjadi tinggi ketika variabel eksogen dapat berkontribusi dalam variabel endogen (Ghozali dan Latan, 2015).

5. *Godness of Fit* (GoF)

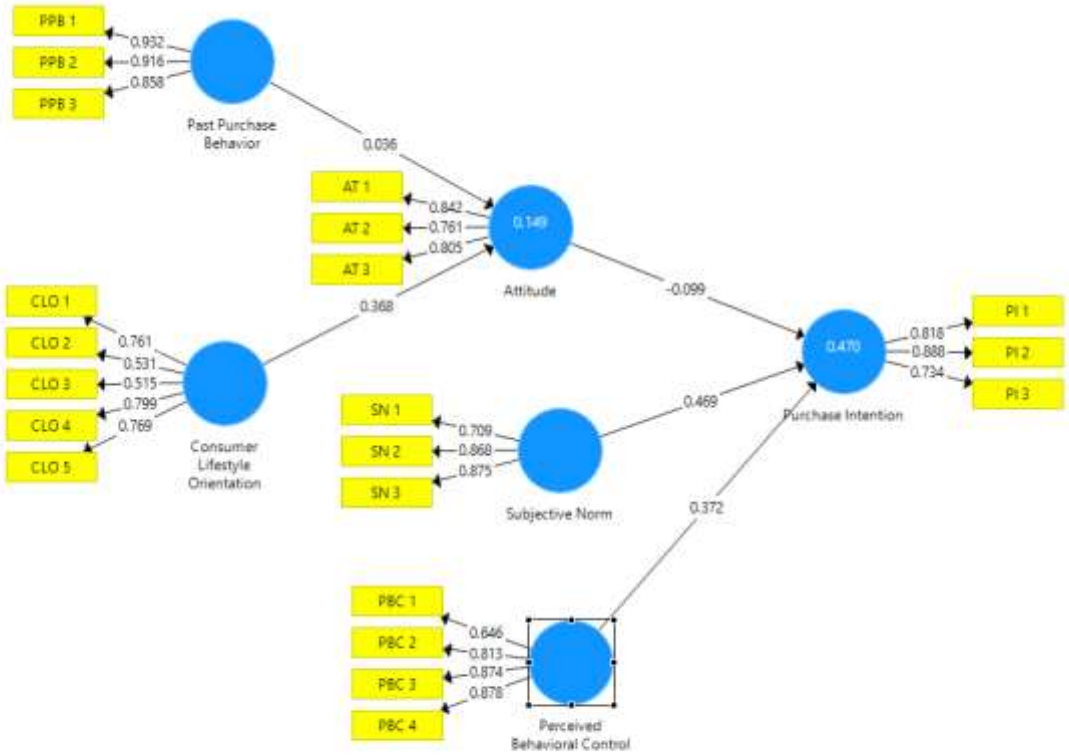
Goodness of Fit adalah sebuah tolak ukur yang dapat menunjukkan seberapa baik suatu model dapat mereproduksi kovarians di antara variabel-variabel indikator (Hair et

al., 2010). Dalam kata lain GoF berguna untuk memberikan validasi pada suatu model struktural dengan menyeluruh. Dalam SEM PLS, nilai GoF dapat diperoleh dengan rumus yaitu sebagai berikut:

- GoF = √(rata-rata AVE) x rata-rata R^2

Untuk memperoleh nilai GoF menggunakan akar dari rata-rata *average variance extracted* (AVE) dikali dengan rata-rata koefisien determinasi atau R^2 (Ghozali dan Latan, 2015). Berikut interpretasi terhadap nilai-nilai *GoF*, 0,1 = *GoF* kecil, 0,25 = *GoF* moderate, dan 0,36 = *GoF* besar (Ghozali dan Latan, 2015)

3.7.4 Model Keseluruhan Peneliti



Gambar 3.9 Model Keseluruhan Penelitian

Sumber: Olah Data Primer, 2021

3.7.5 *Testing Structural Relationship*

Model teoritis dianggap valid jika memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nilai *standar koefisien* ≥ 0 yang artinya menandakan bahwa terdapat hubungan yang positif, jika nilai tersebut sebaliknya maka menandakan adanya hubungan yang negatif.
2. Nilai dari *p-values* < 0,05. Ketika nilai *p-values* sebesar < 0,05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan yang menandakan hipotesis yang telah disusun dalam penelitian ini didukung oleh data (Malhotra, 2012).
3. Nilai dari *t-value* > 1,65 (Lind et al., 2012)